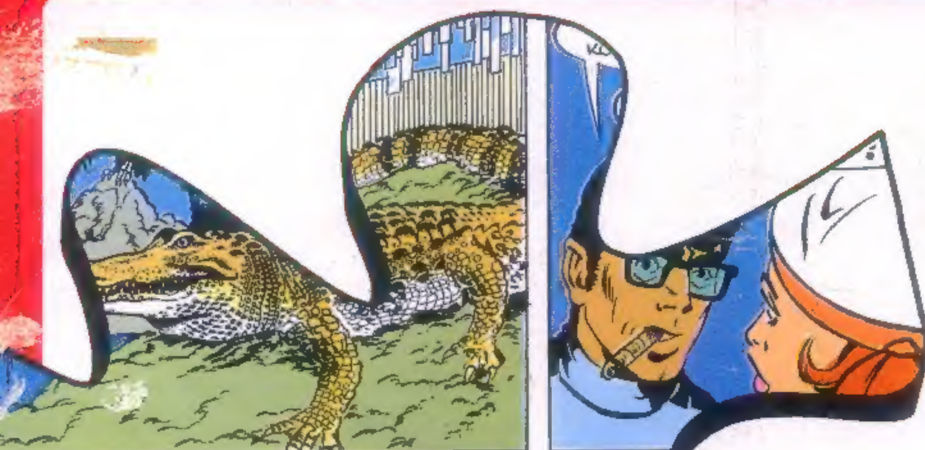
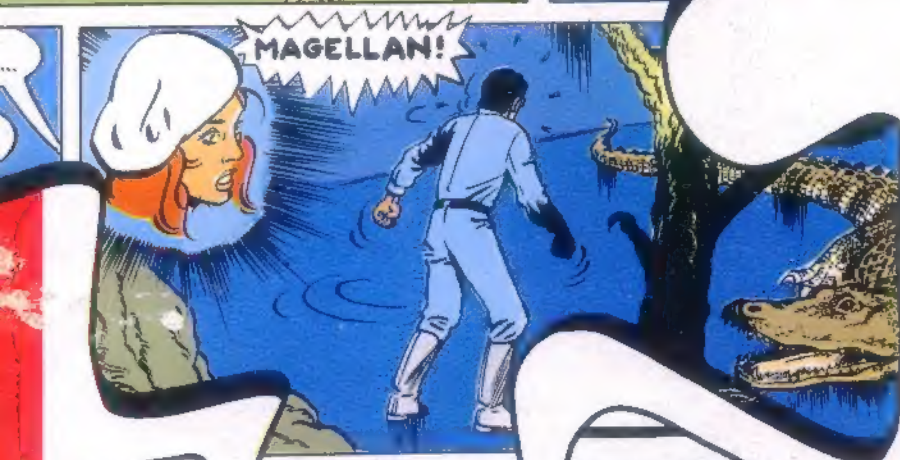
Nr 17 27e jaargang

kuifje

12 F • NEDERLAND 90 ct • HET WEEKBLAD VOOR DE SUPER-JEUGD VAN 7 TOT 77 JAAR









EEN KNAL-PUZZLE!

8 GRAPPIGE BLZ. MET:

ROBIN HOED -
ROODOOG -
TAKA TAKATA -
CHLOROPHYL -
CHICK BILL -
TON en TIN

8 SPANNENDE BLZ. MET DE AVONTUREN VAN:

RIK RINGERS
DE KOENE RIDDER
CORTEZ IN MEXICO

8 BLZ. DIE JE NAAR ADEM DOEN HAPPEN MET...

MAGELLAN!

8 INTERESSANTE BLZ.:

ONS DOSSIER
VOL SCHOONHEID...
EN ONS STRIP-
WOORDENBOEK

+6 BLZ. VOL FANTASIE, ACTIE EN CHARME:

MAARTEN MILAAN
BARELLI
ARABELLA

25-4-72

DE TOESTAND

25-4-72



Het weekblad « KUIFJE » Lombard Uitgaven

P.H. Spaaklaan 1-11 - 1070-Brussel. — Prk. 1909.16

Uitgever: Raymond LEBLANC, ls. Gerardlaan 9, 1160-Brussel.

Directeur: Guy LEBLANC.

Redactie: GREG - H. LIESSE - D. PHILIPPART

Heliodruk: N.V. PERIODICA.

KUIFJE-NEDERLAND

Redactie, Advertenties en Aministratie:
Postbus 2344 UTRECHT — Tel. 03478-2284 — Postgiro 37.43.17.



HIER KAN MEN KUIFJE KRIJGEN IN HET BUITENLAND

Frankrijk: DARGAUD S.A., 12 r. Blaise Pascal, 92 - Neuilly s/S.

Zwitserland: INTERPRESS S.A., 16 r. Beausejour, 1.000 Lausanne

Canada: LES MESSAGERIES, 8320 de Lorraine, Anjou 437, Québec.

ABONNEMENTEN	België	Nederland	Buitenland
3 maanden	160 F	f. 9,75	190 BF
6 maanden	300 F	f 19,50	360 BF
1 jaar	590 F	f 39,-	700 BF
2 jaar	1.150 F	—	1.370 BF

* **Advertenties voor België: Tel. 02/22.56.00**

Advertenties voor Nederland: KUIFJE-NEDERLAND.

ROBIN HOED



TURK
DEGROOT











NIET VEEL LATER...

DANK ZIJ JOU VOEL IK ME WEER IN STAAT AAN TE VALLEN!

DIT IS GEEN BEELDSPRAAK (*)

EN DAN TE BEDENKEN DAT IK HEM WEER OP DE BEEN HEB GEHOLPEN!

IK BEN ONTMOEDIGD!

(*) ZIE JE DAN NIET WAT 'N WERK DAT VRAAGT?

69

MAARTEN MILAAN



GODARD























van eilandjes en mensen...























wordt vervolgd

Opgelet! Een Bifi-eetster in actie!...

Ze wordt bekeken en bewonderd. Omdat ze van aanpakken weet. Omdat ze doorzet. Omdat ze volhardt. Omdat ze wint! In alles. Hoe ze dat klaarspeelt? Ze teert niet op snoep: ze smult Bi-Fi. Om 10 en 4 en 6 uur eet ze die voedzame smul-salami. Boordevol energie. Word ook Bifi-eetster . . . dan kom je beter vooruit!



Bi-Fi de voedzame smul-salami

ZWAN

rik ringers

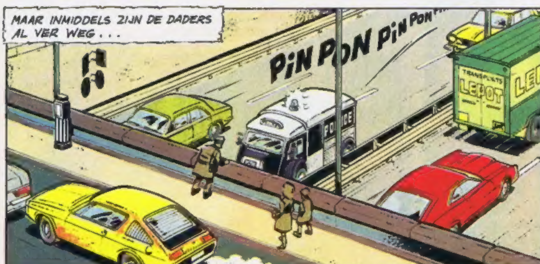


TIBET &
A.P. DUCHATEAU







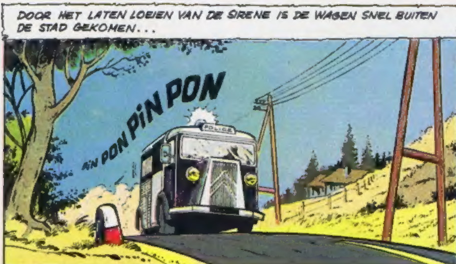














5

SLA OM





BLIJF ACHTER ME, PROFESSOR... ZE ZULLEN NU DE DEUR WEL OPEN DOEN!
W...WEES VOORZICHTIG, RIK! IK HEB HIER NIEMAND ANDERS DAN JOU!

OPGELET...
MIJN GOD, OH MIJN GOD!















requiem voor een idool







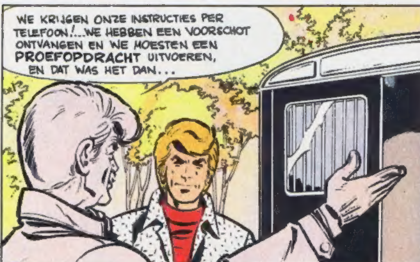








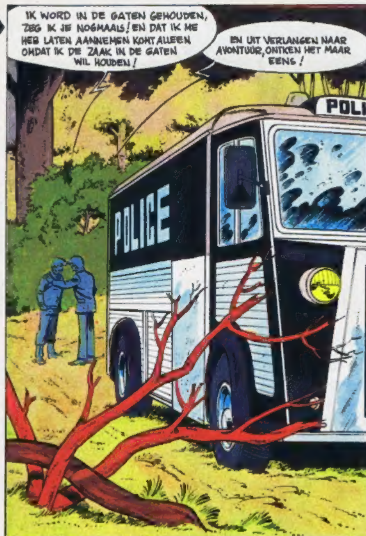






SLA OM























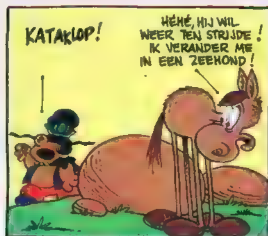


wordt vervolgd

ROODOOG

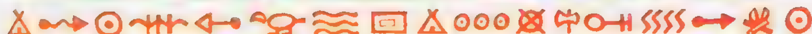


GORDON BESS































GROTE WEDSTRIJD



800.000F PRIJZEN

600 WINNAARS

1e prijs: 250.000F

2e prijs : 1 Ford Capri 1500 cc
3e tot 6e prijs : 1 Philips Pal-Secam kleurentelevisie
7e tot 12e prijs : 1 brommer Garelli Gulp Matic 50 cc
13e tot 100e prijs : 1 cheque van 1.000 F
101e tot 600e prijs : koffertje met 1 kg pralines
Bij alle prijzen is B.T.W. inbegrepen.

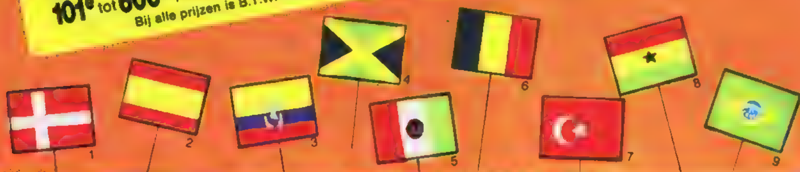
Vier de 75 jaar van Jacques-Superchocolade. Makkelijk, plezant en... het brengt op !

1e vraag : Vind de combinatie

Hoe ? Bekijk goed de vlaggen en symbolen hieronder. Ze stellen 9 landen voor. Combineer ze met de variëteiten der Jacques-repen die u op de kofferknoppen terugvindt. Even nadenken en u weet welk cijfer van de vlag u in het linkervakje van die knop moet noteren en welke letter van het symbool in het rechtervakje. Elke omslag van de « Jacques 75 jaar-Wedstrijd » heeft op de keerzijde een tip, die u kan helpen de oplossing te vinden.

Bijvraag

Rangschik volgens uw voorkeur - van 1 tot 9 - de 9 variëteiten der Jacques-repen die vermeld staan op de kofferknoppen.







REGLEMENT

1. De deelnemers moeten antwoorden op de hoofd- en de bijvraag Ze voegen bij het antwoordformulier : 5 omslagen van Jacques-repen met het embleem « 75 jaar » + 1 omslag van een Jacques-tablet naar keuze. Dan zenden ze alles naar « Grote Jacques-Wedstrijd, Antwerpsesteenweg 15, 1000 Brussel ». De antwoorden moeten ten laatste vóór 30 juni 1972 te middernacht toekomen.

2. Aangetekende of onvoldoend gefrankeerde zendingen worden geweigerd. Onleesbare, doorgehaalde of overladen antwoordformulieren worden geannuleerd.

3. De wedstrijd staat onder toezicht van Meester Lichtert, gerechtsdeurwaarder te Brussel, die, onder verzegelde omslag, beschikt over het juiste antwoord op de hoofdvraag Het juiste antwoord op de bijvraag wordt onder toezicht van dezelfde deurwaarder, op volgende manier opgemaakt : de reep die de eerste voorkeur van de meeste deelnemers geniet, wordt eerst gerangschikt; de reep, door de meeste als tweede voorkeur vermeld, wordt tweede gerangschikt enz. tot reep 9.

4. Iedereen is vrij een onbeperkt aantal antwoorden in te zenden, op voorwaarde evenwel dat bij elk antwoordformulier telkens het vereiste aantal omslagen gevoegd wordt.

5. Wie correct antwoordde op de eerste vraag en het type-antwoord op de bijvraag het dichtst benaderde, wordt winnaar.

6. Ex æquo's worden met een of verscheidene supplementaire vragen geschift. Elk gezin kan slechts één prijs winnen, waarvoor alleen het beste antwoord in aanmerking komt. De tegenwaarde van de prijzen gewonnen in natura wordt niet uitgekeerd.

7. De winnaars van de eerste 12 prijzen worden met aangetekend schrijven verwittigd. De andere winnaars worden per post verwittigd.

8. De winnaars zijn verplicht in België te wonen. De personeelsleden van de Jacques-Chocoladefabriek, hun reclame-adviseurs en hun gezinnen mogen niet aan de wedstrijd deelnemen.

9. Wie aan deze wedstrijd deelneemt, gaat automatisch akkoord met huidig reglement en met elke beslissing van de deurwaarder, en dit zonder enig beroep. Briefwisseling of telefoonoproepen in verband met de wedstrijd worden niet beantwoord.

SUPERCHOCOLADE JACQUES



Open de geschenkenkoffer

BANAAN
DOUBLE RHUM
PUUR
FOURRE PRALINE
AARDBEIEN
MELK
MOCCA
3 VRUCHTEN
VANILLE

Knip dit blad af. Het geldt als antwoordformulier.

Bijvraag :
Rangschik volgens uw voorkeur de volgende 9 variëteiten der Jacques-repen : 1 = Banaan, 2 = Double Rhum, 3 = Puur, 4 = Fourré Praliné, 5 = Aardbeien, 6 = Melk, 7 = Mocca, 8 = Drie Vruchten, 9 = Vanille.
(B.v. : als u eerst « Aardbeien » verkiest, plaatst u 5 in het eerste vakje; als u « Vanille » als tweede kiest, noteert u 9 in het tweede vakje enz.)

1	2	3	4	5	6	7	8	9

• U mag zoveel antwoorden binnenzenden als u wil, op voorwaarde dat elk antwoordformulier samen met het vereiste aantal omslagen wordt verstuurd. Vraag dus die formulieren aan uw winkelier in voedingswaren. Op de keerzijde van de omslagen « Wedstrijd 75 jaar » vindt u tevens een antwoordformulier.
• Vermeld ook de naam van uw gewone winkelier, want als u wint kan ook hij winnen!

Mijn naam en voornaam ....
....
Mijn adres ....
....
Postnummer .... Gemeente ....

Mijn gewone winkelier :
Naam ....
Volledig adres ....
....

Arabella



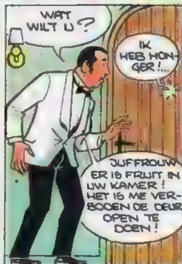
JEAN ACHE





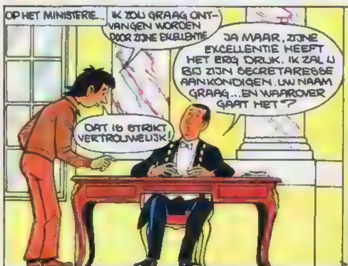






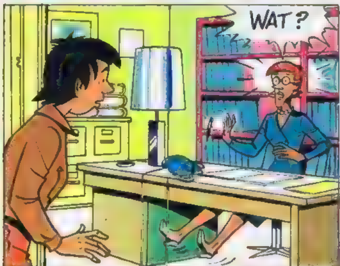












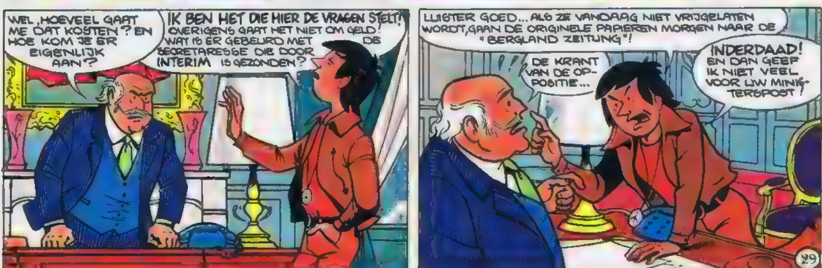


de sirenen zijn onder ons!









wordt vervolgd

De wereld-encyclopedie van het

- De *kursief* gedrukte woorden zullen in een afzonderlijk artikel behandeld worden.
- Het land van oorsprong van elk beeldverhaal zal aangeduid worden op de volgende wijze : B. = België, Fr. = Frankrijk, G.B. = Groot-Brittannië, enz...

BALILLA (Il) I.

Gesticht in 1923 onder de naam « Giornale dei Balilla » maar die naam werd gewijzigd in « Il Balilla », bijvoegsel van het dagblad « Il Popolo d'Italia ». De bijlage verscheen wekelijks en werd het orgaan van de organisatie Balilla, een jongerenorganisatie waarvan de leden 8 - 14 jaar oud waren en genoemd naar de Genuese jonge patriot uit de 18e eeuw. « Il Balilla » bevatte niet veel strips maar gedurende de oorlog kwam het succes dank zij de tekenaar *De Seta* met zijn serie « Re Giorgetto e Ciurcillone ».

BALLATA DEL MARE SALATO (Una) I.

« Una Ballata del mare Salato » verscheen voor het eerst in het blad *« Sergent Kirk »*, nr. 1 van 1 juli 1967. De serie is van tekenaar *Hugo Pratt* en verhaalt de avonturen van een kapitein, *Corto Maltese*, en van twee jonge kinderen op de Fidji-eilanden. In deze serie kunnen we alle ingrediënten vinden die noodzakelijk zijn voor een avonturenserie zoals : piraten, avonturiers, inboorlingen enz. De stijl van de serie benadert die van Stevenson of Conrad. Twee personages hebben er toe bijgedragen dat Pratt deze sfeer kon opbouwen : *Raspoutine* en de *Mystérieux Moine* van wie men nimmer het gezicht zag. Publicatie in 1970 in de *Carriere dei Piccoli*.

BALLON (De)

De ballon is het middel geworden om in een stripverhaal de personen de mogelijkheid te geven tegen elkaar te praten. In onze tijd worden bijna alle strips voorzien van ballons. De tekenaar kan zijn ballon rond maken maar ook uitstrekken, vervormen, enz. Het systeem om strips te voorzien van ballons werd eigenlijk pas gebruikt rond 1900 door de grote meerderheid van Amerikaanse tekenaars. In Europa ging dat allemaal niet zo gemakkelijk en het zou nog geruime tijd duren eer dit systeem ook bij ons algemeen zou worden. Men gaf hier de voorkeur aan tekeningen en daaronder de tekst. Zo rond 1914 begon het systeem langzaam maar zeker in Engeland er door te komen maar het zou nog tot 1920 duren eer de ballon de overhand kreeg. (Cf. *Pip, Squeak and Wilfred*, en *Pop)*. In Frankrijk waren er uitzonderingen — zoals *L. Forton* bijvoorbeeld — maar het kwam pas er door toen Alain Saint-Ogan deze methode ging gebruiken in 1925 voor zijn serie *Kees en Klaas* in de *« Journal du Dimanche »*.
De oorlog veranderde het beeld weer. De geïmporteerde Amerikaanse strips werden door de *Corriere dei Piccoli* verkracht en de tekst werd onder de tekeningen geplaatst. Dit alles als gevolg van anti-Amerikaanse tendensen waaraan ook de strip niet kon ontsnappen. Men ging zelfs zover de ballon helemaal te verbieden in het fascistische Italië (cf. *Minculpop, Mussolini)* en hetzelfde gebeurde in Frankrijk onder de Vichy-regering. (Cf. *Sirocco)*

BALTHAZAR (B) © Ed. du Lombard

Humoristische serie van *Bob De Moor* die gepubliceerd werd in gags van 1 plaat. De serie verscheen in *Kuifje* van 1965 - 1968. Met Balthazar deed een nieuwe stijl zijn intrede in het weekblad Kuifje.

BANDE COMPLEMENTAIRE (Aanvullende serie)

(of zoals de Amerikanen dit noemen, een « top »).
Deze term wordt gebruikt voor bepaalde Amerikaanse series uit het begin der dertiger jaren.
De belangrijke series werden aanvankelijk over één of meerdere volledige pagina's gepubliceerd tot aan het begin der-dertiger jaren. De strips werden toen ingekort tot bijv. 2/3 pagina of 1/2 pagina. Als blad-aanvulling werd er dan eenvoudigweg een andere serie op dezelfde pagina gepubliceerd. Zo werd *Jungle Jim* de « aanvulling » van *Flash Gordon*.
De Amerikaanse term « top » is eigenlijk niet correct. Het suggereert dat de aanvullende strip boven aan de bladzijde werd gepubliceerd maar erg vaak werden ze juist onder aan de pagina afgedrukt, bijv. *Maw Green* van *H. Gray, The medieval Castle* van *H. Foster*.

BANDE DESSINEE (Getekende serie ofwel : stripverhaal)

Deze term was niet zo maar gevonden. In de verschillende naslagwerken moest je aanvankelijk tevergeefs zoeken naar deze term. Voor 1914 sprak men van « illustraties » als men het over getekende verhalen had. De kranten van voor 1940 publiceerden hun « avonturen ». Maar toch is het moeilijk te geloven dat nog niemand van « het stripverhaal » gehoord zou hebben.
De verschillende encyclopedieën laten aanvankelijk verstek gaan.
En ook nu zijn er nog steeds encyclopedieën die of het woord helemaal niet opnemen of in enkele regels het thema afdoen. Slechts « De Standaard Encyclopedie » heeft vorig jaar uitvoerig aandacht in haar editie aan het « beeldverhaal » besteed.
Wat is nu een stripverhaal ? Je zou kunnen zeggen : een verhaal (hoewel dat nu ook weer niet per sé hoeft) uitgebeeld door tekeningen van de hand van één of meerdere tekenaars die elkaar opvolgen. Het gebruik van de *ballon* is niet noodzakelijk. Hoewel er heel wat gestreden wordt over de vraag of een verhaal als « Tom Poes » nu wel of niet een stripverhaal is. Hier zijn het evenals bijv. Kapitein Rob tekeningen met daaronder de tekst. Is dit nu een geïllustreerd verhaal of toch ook nog een stripverhaal ? De meningen lopen hierover ver uiteen hoewel de meerderheid, gezien de verkoopcijfers, de voorkeur geeft aan de ballonstrip.

BANDE DESSINEE (La)

Tentoonstelling georganiseerd door de Vereniging van perstekenaars in de Halles de Baltard in Parijs in 1969. Alle Franse tekenaars hebben hieraan hun medewerking gegeven.

BANDE DESSINEE (La)

Tentoonstelling georganiseerd door de *Socerlid* van juni 1970 tot augustus 1970 in Saint Cyprien en in Balaruc voor rekening van de Société d'Equipement du Territoire. Deze tentoonstelling gaf de geschiedenis weer van de Franse strip.

BANDE DESSINEE (la)

Tentoonstelling georganiseerd door de Cercle Artistique de Tournai met de medewerking van de *Socerlid*. (1970)

BANDE DESSINEE (La)

Internationale tentoonstelling van het stripverhaal georganiseerd in maart 1971 in de Maison de la Culture in Reims met de medewerking van de *Socerlid*.

BANDE DESSINEE - STRIPVERHAAL IN BELGIE (la) B.

Tentoonstelling van het Belgische stripverhaal georganiseerd door Michel Greg en *J. Van Hamme* in de Albert I Bibliotheek van 29 juni tot 25 augustus 1968. Deze tentoonstelling liet enerzijds veel werk zien van tekenaars van de bladen *Kuifje* en *Robbedoes* en anderzijds veel originele platen en schetsen. Voor deze gelegenheid werd een zeer volledige catalogus uitgegeven.

BANDE DESSINEE ET FIGURATION NARRATIVE (F)

De eerste tentoonstelling van stripverhalen georganiseerd in het Museum (Musée des Arts Décoratifs - Palais du Louvre - Frankrijk) april - juni 1967.
Deze tentoonstelling ging vervolgens naar Berlijn (1970), naar het Maison de la Culture in Nevers (1969) naar het Centre de Rencontres in Chateauvallon (1969), L'Institute of Contemporary Art in Londen (1971) naar de Stadsbibliotheek in Antwerpen (1969), Musées Royaux d'Arts et d'Histoire in Brussel (1969), Amos Andersonin Taidemuesosa in Helsinki en in Göteborg (1972).

(wordt vervolgd)

PIERRE COUPERIE, HENRI FILIPPINI, CLAUDE MOLITERNI



Hugo Pratt
« UNA BALLATA DEL MARE SALATO »

BOB DE MOOR
« BALTHAZAR »
Lombard uitgaven



DE BEROEMDE HALLEN VAN PARIJS DIE ONLANGS WERDEN AFGEBROKEN



DE TEKEN-STRIP IN BELGIE
(tentoonstelling in de Albertina-bibliotheek te Brussel)

DE KOENE RIDDER



François
CRAENHALS

















aïcha, de woestijnroos











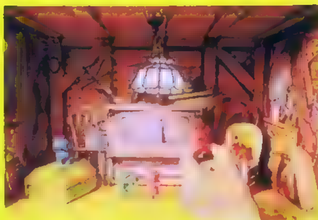




Verzamel

DE ARISTOCATS

uit de Walt Disney film



Prettig hoor ! Ja, nu brengen de Aristocats goede luim en veel plezier... bij u thuis ! Stel u voor : nu kunt u naar hartelust spelen met O'Malley, Berlioz, Toulouse, Duchess, Roquefort... met 15 volle figuurtjes uit de beroemde Walt Disney film. Telkens als uw ouders bij een Esso station stoppen, ontvangen ze gratis een figuurtje bij elke aankoop van 20 l benzine. Zo zult u snel over een volledige verzameling beschikken en aangename uurtjes doorbrengen in het gezelschap van uw vrienden, de Aristocats.

Met dit plezierig panoramisch decor in voorgesneden karton kunt u de bekende zolder-scène weer samenstellen. Verkrijgbaar in de Esso stations tegen slechts 20 F



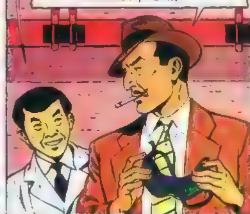
BLAKE & MORTIMER



E.P. JACOBS













EN TERWIJL DE TIJD VERSTRIJKT, IS MORTIMER KUNSTMATIG IN EEN TOESTAND VAN BEWUSTELOOSHEID GEHOUDEN MIDDELS HET DUIVELSE SYSTEEM WAARAAN HIJ ONDERWORPEN IS...





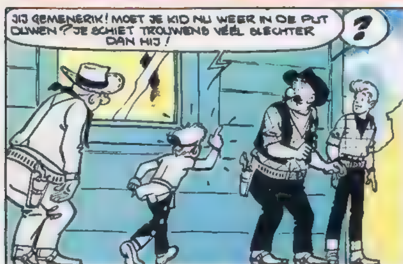


wordt vervolgd

CHICK BILL



TIBET























HARD TEGEN HARD







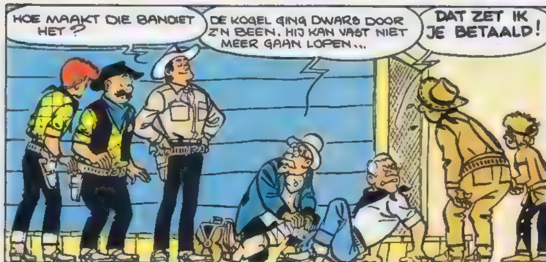












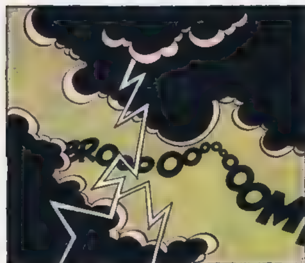


wordt vervolgd

CHLOROPHYL



DUPA & GREG





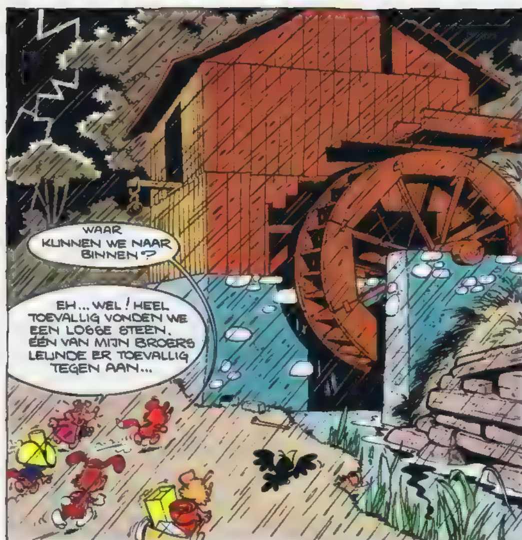
PAAR DRUPPELTJES, HÈ, WEL EEN PAAR ERG GROTE DRUPPELTJES DAN ...

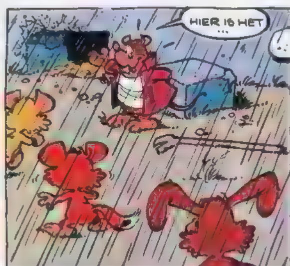






de grote vlucht



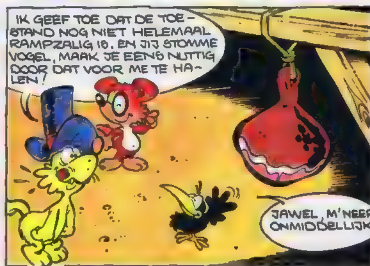












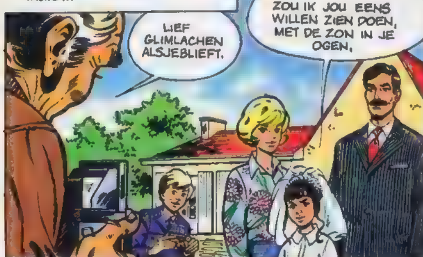


wordt vervolgd

FLASH BIJ EEN PLECHTIGE COMMUNIE





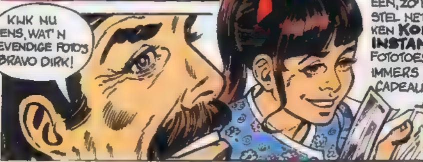












WIL JIJ OOK, NET ALS DIRK PRACHTIGE FOTO'S KUNNEN MAKEN (KLEUREN, ZWART-WIT OF DIA'S)? VRAAG DAN EEN **KODAK INSTAMATIC 155-X** FOTOTOESTEL VOOR JE PLECHTIGE COMMUNIE. NIETS TE REGELEN. EEN DRUK OP HET KNOPJE! KLAAR! REUZE-PLEZIERIG. EN BIJ ELKE KLEURENFOTO GENOMEN MET **KODACOLOR-X** FILM, KRIJG JE EEN TWEEDE FOTO TOE: DE BONUS PHOTO. EEN FOTO VOOR JOU, EEN VOOR JE BESTE VRIEND!

VOOR DE SUPER JEUGD VOOR DE SUPER JEUGD

het weekblad KUIFJE en CECEMEL bieden u

de grote lente wedstrijd



MAXI prijzen

° prijs :
Kieuren TV SBR — 1 Hi-Fi-installatie
RENA-SBR — 1 Platendraaier P.E.-SBR —
Bandopnemer SBR — 1 Luisterhelm
107.488 F

° prijs :
Boot HUTCHINSON Loisirs-NAUTISPORT
50 met alle bijbehoren + 1 Motor
OHNSON 25 Pk 100.175 F

° prijs :
complete tuinset SVEN met : stelling
. schommel, zweefrek en gymtoestellen) -
asketbalbord en net — Klimrek — Glijbaan
— Opblaas-zwembad — Opblaas-Pluto
16.100 F

an de 4° tot de 18° prijs :
Bandopnemer SBR 15.184 F

de 19° tot de 38° prijs :
Bromfiets HERCULES City Bike 10.500 F

de 39° tot de 48° prijs :
Dia-projectieapp. PAXIMAT 1800 met ronde
assette 7.200 F

an de 49° tot de 68° prijs :
ping-pong-tafel MOBILO + net racket-
n 6.455 F

an de 69° tot de 88° prijs :
SKI-uitzet : een paar skis ROSSIGNOL —
paar schoenen TRAPPEUR — een paar
tokken ROGER PEY — een paar gespen
5.060 F

de 89° tot de 113° prijs :
Aankoop BON JI BUTCH 5.000 F

an de 114° tot de 148° prijs :
Elektrisch orgel BONTEMPI 3.500 F

an de 149° tot de 198° prijs :
Opblaasboot SVEN + riemen en blaas-
alg 2.940 F

de 199° tot de 249° prijs :
HELVA uurwerk 2.395 F

an de 250° tot de 448° prijs :
Mino-gymnase STRONG 1.195 F

de 449° tot de 525° prijs :
pop FURGA 995 F

an de 526° tot de 725° prijs :
MECCANO doos nr. 3 480 F

an de 726° tot de 925° prijs :
GORGI nr. GS 12 (grand Prix Racing)
470 F

an de 926° tot de 1.025° prijs :
Toestel v. Kamergym TRIMM WALKER
420 F

n als toemaat : 2 x 500 etuis met een
allpoint en vulpotlood BALLOGRAF voor
en waarde van 250 F



2.000.000 F prijzen
AANGEBODEN DOOR HET WE

Cécemel DE CHOCODRANK VOOR DE SUPER JEUGD kuifje HET WEEKBLAD VOOR DE SUPER JEUGD













kuifje HET WEEKBLAD VOOR DE SUPER JEUGD Cécemel DE CHOCODRANK VOOR DE SUPER JEU

oor 1.000 winnaars

KBLAD KUIFJE EN CECEMEL



reglement

Cécemel DE CHOCODRANK VOOR DE SUPER JEUGD

kuifje HET WEEKBLAD VOOR DE SUPER JEUGD

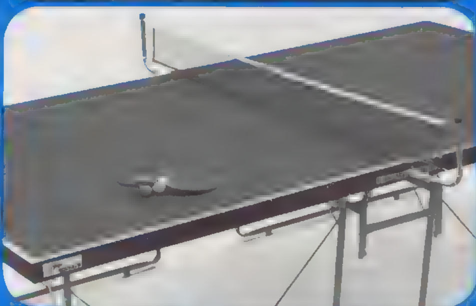




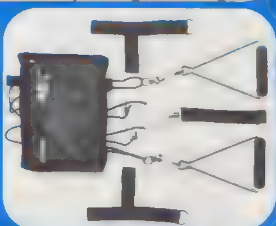














kuifje HET WEEKBLAD VOOR DE SUPER JEUGD

Cécemel DE CHOCODRANK VOOR DE SUPER JEUGD

— Aan deze wedstrijd mag iedereen dee nemen

— Het is voldoende :

1 op het formulier (keerzijde) twee vragen t beantwoorden.

2 de wedstrijdbon bij te voegen, die uit ee van de 5 prijsvraagnummers van het **WEEK BLAD KUIFJE** moeten worden geknipt, even als het [logo] , dat op ieder **CECEMEL** etiket (chocoladedrank) voorkomt.

3° alles tezamen onder gefrankeerde omsla en **vóór 8 mei 1972 om middernacht** — he poststempel geldt als bewijs — te verzende naar . **WEEKBLAD KUIFJE-CECEMEL Postbus nr. 101, BRUSSEL 31.**

— De twee vragen en ook het deelnemings formulier zullen verschijnen in het **WEEK BLAD KUIFJE** van 28/3, 4/4, 11/4, 18/4 e 25/4, alsmede op de wedstrijdfolder die uw gewone verkoper van het **WEEKBLA KUIFJE** en van **CECEMEL** voorhanden zu len zijn.

U kunt dus verscheidene keren deelne men, op voorwaarde dat u bij elke inzendin een wedstrijdbon uit **KUIFJE** en een [logo] van **CECEMEL** voegt.

De oplossingen op de beide vragen werde gedeponeerd bij Mr Thomas, gerechtsdeu waarder te Brussel.

— Om bij de winnaars te zijn, moet me vooraf de eerste vraag juist beantwoor hebben.

Vervolgens worden de 1.000 prijzen toege kend aan de deelnemers die het beste cijfe hebben gegeven op de tweede vraag.

Er wordt een enkele prijs toegekend per win naar (bepaald door het best gerangschikt deelnemingsformulier)

In geval van ex-aequo zal een extra-vraag de uiteindelijke winnaar aanwijzen.

— Al de prijzen moeten in België afgehaal worden voor 30 september 1972. Ruilen i niet mogelijk.

— Briefwisseling over de wedstrijd wordt nie gevoerd en onvoldoende gefrankeerde o aangetekende zendingen worden nie aanvaard.

— De juiste oplossingen van deze prijsvraag zullen verschijnen in nummer 26 van he **WEEKBLAD KUIFJE.**

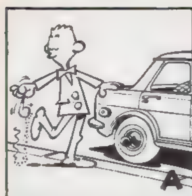
— De winnaars ontvangen allen persoonlij bericht.

— Door deelneming aan deze prijsvraag aanvaardt men zonder enig voorbehoud he onderhavige reglement.

kuifje

Cécemel

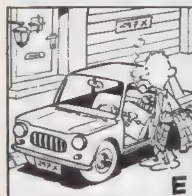
NUTRICIA

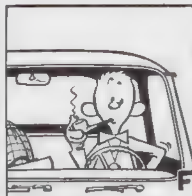


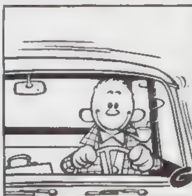


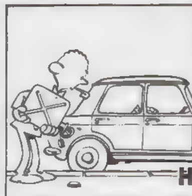


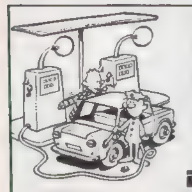


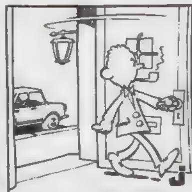


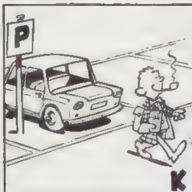














1e VRAAG : Meneer ALLEMAN maakt zich gereed voor zijn arbeidsdag.
Onze reporter heeft nauwgezet alle fasen geschetst van zijn doen en laten in de ochtend. Jammer genoeg was de tekenaar verstrooid en die heeft alles door elkaar gehaald.
Rangschik de letters van de twaalf afbeeldingen in logische volgorde, zoals de wederwaardigheden van Meneer ALLEMAN zich hebben voorgedaan.

Voorbeeld : | A | G | C | H | J | I | E | D | L | F | B | K |

2e VRAAG : Hoeveel confetti is er nodig (ronde papiersnippers) om een lege CECEMEL fles 220 g tot de rand te vullen zonder aan te duwen.
De confetti ponst U met een kantoorperforator uit het papier binnenin de nummers 13 tot 17/1972 van het WEEKBLAD KUIFJE (dus **niet** uit de omslag of uit enig inlegvel).

Voorbeeld : | | | | 1 | 6 | 9 | en niet | | 1 | 6 | 9 | | |



Knip uit, vul in en zend vlug dit deelnemingsformulier naar : **WEEKBLAD KUIFJE-CECEMEL, Postbus nr. 101 BRUSSEL 31.**

DEELNEMINGSFORMULIER

NAAM : .... **LEEFTIJD :** ....

ADRES : ....

.... **POSTNUMMER :** ....

MIJN ANTWOORD OP DE 1ste VRAAG : | | | | | | | | | | | | |

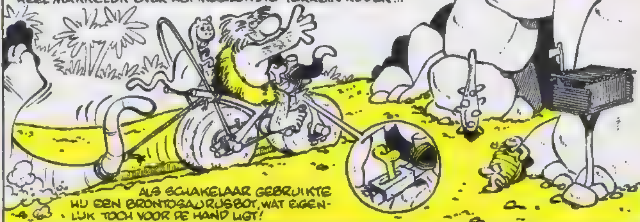
MIJN ANTWOORD OP DE 2de VRAAG : | | | | | | |

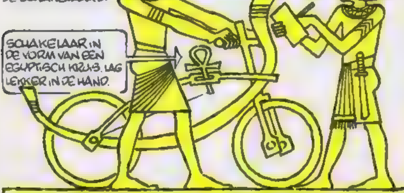
Opgelet : dit formulier is enkel geldig tesamen met een , dat op ieder **CECEMEL** etiket voorkomt en een **KUIFJE's** wedstrijdbon welk U in de nummers 28/3, 4/4, 11/4, 18/4, 25/4 van het **WEEKBLAD KUIFJE** vindt.

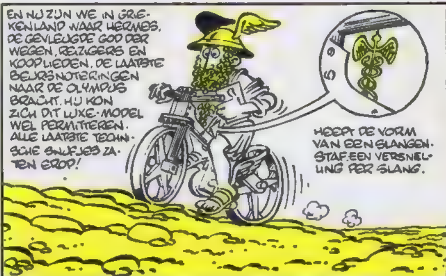
Verantwoordelijke uitgever : G. DESSICY,

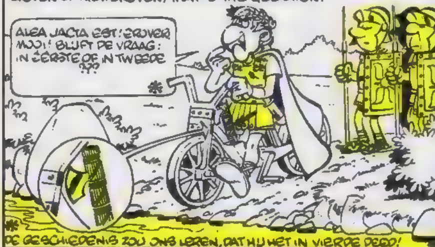
de geschiedenis van de "super-cyclists"

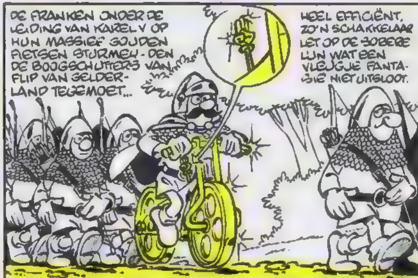


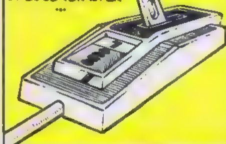


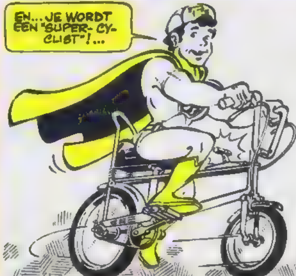












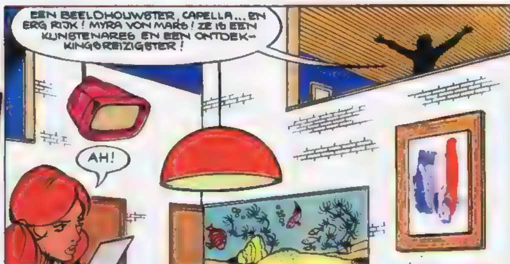
PUBLI-STRIP

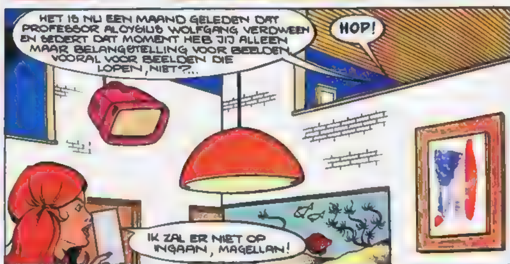
Mr MAGELLAN



GERI
DUCHATEAU



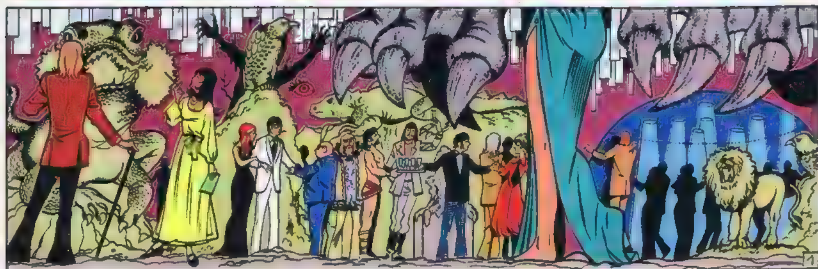








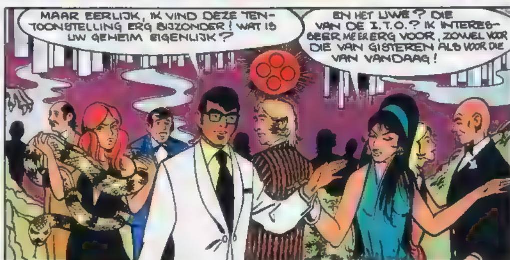




wilde dieren worden woest !

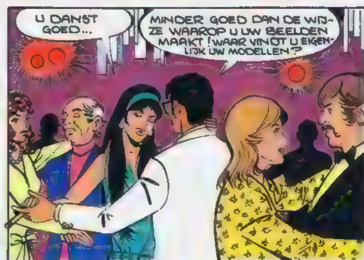








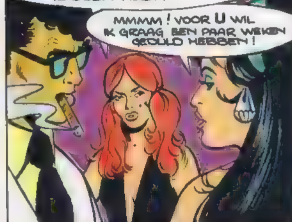




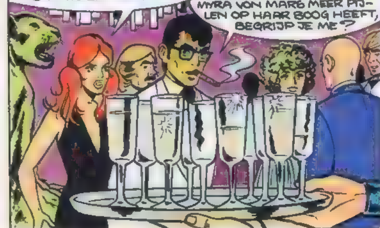
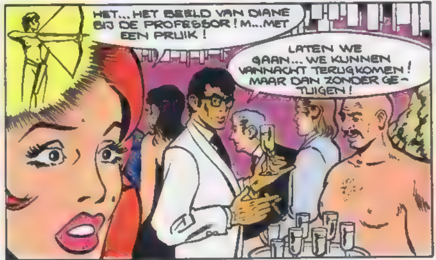


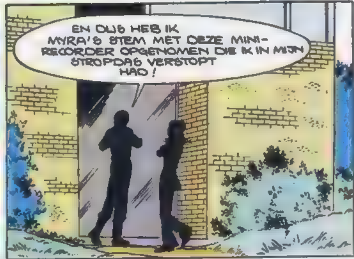
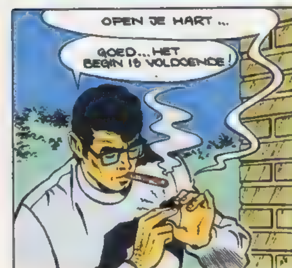
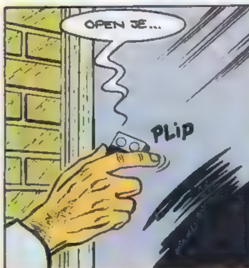




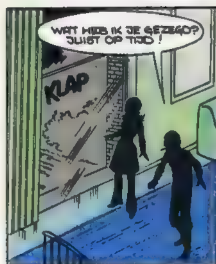


VERGEET NIET, MAGELLAN, DAT JE DE EERSTE WEKEN NOG HEEL WAT WERK TE DOEN HEBT!
MMMM! VOOR U WIL IK GRAAG EEN PAAR WEKEN GEDULD HEBBEN!

OH, MAAR DIE WEKEN KUNNEN MAANDEN WORDEN, JAREN MISSCHIEN! WIJ WILLEN UW TIJD NIET MISBRUIKEN! OP UW LEEFTIJD IS IEDERE MINUUT ER EEN...
GOED! MAAR ALS U VAN GEDACHTEN MOCHT VERANDEREN, KOM ME DAN OPZOEKEN, ALLEEN!

IK VIND HET SCHAAMTELOOS! JE HEBT HAAR VANAVOND VOOR HET EERST ONTMOET EN DAN GELIJK AL EEN FLIRT...
MIS! HET IS VOOR DE TWEEDE MAAL DAT IK HAAR ONTMOET! EN TOEN IK HAAR VOOR DE EERSTE KEER ONTMOETTE HAD ZE MINDER AAN DAN NU!...

WAT? JE GEEFT TOE... DAT JIJ EN ZIJ...
... IK WIL JE ALLEEN MAAR ZEGGEN DAT MYRA VON MARS MEER PIJLEN OP HAAR BOOG HEEFT, BEGRIJP JE ME?

HET... HET BEELD VAN DIANE BIJ DE PROFESSOR! M... MET EEN PRUIK!
LATEN WE GAAN... WE KUNNEN VANNACHT TERUGKOMEN! MAAR DAN ZONDER GETUIGEN!

EN 'S NACHTS...
INBREKEN, DAT ZOU WEL EENS ERNSTIGE GEVOLGEN KUNNEN HEBBEN, MAGELLAN!
DIT WORDT GEEN INBRAAK! DE KRANTEN HEBBEN GESCHREVEN DAT WE HIER TE MAKEN HEBBEN MET EEN SLOT DAT ALLEEN REAGEERT OP DE STEM VAN DE EIGENARES!

EN DUS HEB IK MYRA'S STEM MET DEZE MINI-RECORDER OPGENOMEN DIE IK IN MIJN STROPDAS VERSTOPT HAD!

OPEN JE HART...
GOED... HET BEGIN IS VOLDOENDE!

OPEN JE...
PLIP

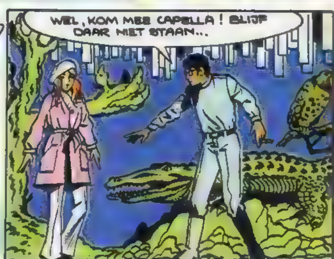
HET LUKT, MAGELLAN!
STIL! ALS DAT SLOT NIET VAN JOUW STEM HOUDT, SLUIT HET ZICH MISSCHIEN WEER!
CLAP


WAT HEB IK JE GEZEGD? JUIST OP TIJD !
KLAP



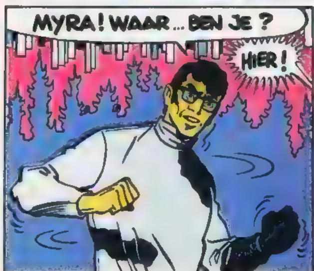

IK... HET IS MISSCHIEN MAAR INBEELDING... MAAR ER KLOPT IETS NIET... HET RUIKT HIER NAAR VERS VLEES... EN BLOED !
ACH, DAT IS ALLEMAAL INBEEL-DING... EEN SYNTHETISCH LUCHTJE, DAT IS ALLES.


MAAR ALS JE NIET BETER WIST, ZOU JE DEN-KEN IN HET HART VAN DE RIMBOE TE ZIJN...


WEL, KOM MEE CAPELLA ! BLIJF DAAR NIET STAAN...

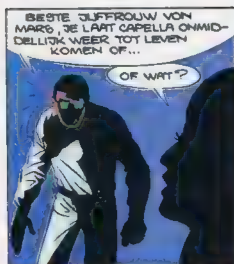

OOHW!

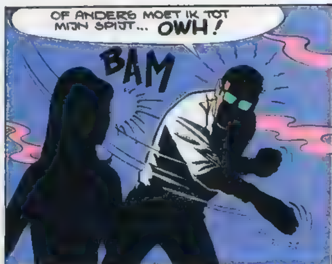

HAHA
HAH
LEVENLOOS... VERSTEEND... STIJF... MIJN GOD, CAPELLA !
HAHAH
HAHA


MYRA! WAAR... BEN JE ?
HIER!


MIJN BESTE MAGELLAN, HET IDEE MET DIE MINI-RECORDER WAS ERG GOED... MAAR DESONDANKS BEN IK HET GEWEEST DIE JE HEB BINNENGELATEN !

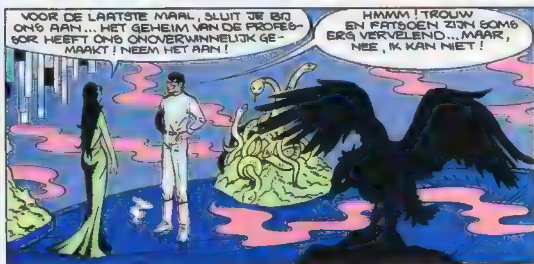



BESTE JUFFROUW VON MARS, JE LAAT CAPELLA ONMIDDELLIJK WEER TOT LEVEN KOMEN OF...
OF WAT?


OF ANDERS MOET IK TOT MIJN SPIJT... OWH!
BAM

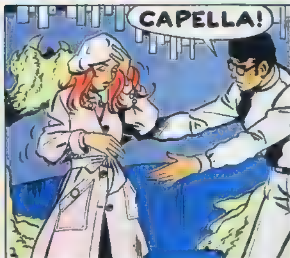

EEN BEELD!
HAHAH
HAHA


EEN... EEN MICROFOON... VERBORGEN IN...
LUISTER GOED... IK HEB JE EEN VOORSTEL GEDAAN TOT SAMENWERKING...


VOOR DE LAATSTE MAAL, SLUIT JE BIJ ONS AAN... HET GEHEIM VAN DE PROFESSOR HEEFT ONS ONOVERWINNELIJK GEMAAKT! NEEM HET AAN!
HMMM! TROUW EN FATSOEN ZIJN SOMS ERG VERVELEND... MAAR, NEE, IK KAN NIET!

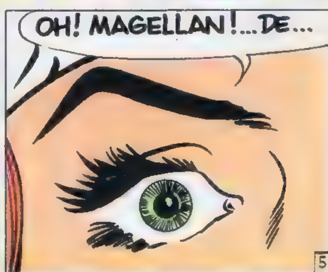

JAMMER... MAAR OM JE TE BEWIJZEN DAT IK NIET BOOS BEN, ZAL IK JE JE VRIENDIN TERUG GEVEN!
DAT KLINKT ERG EDELMOEDIG...

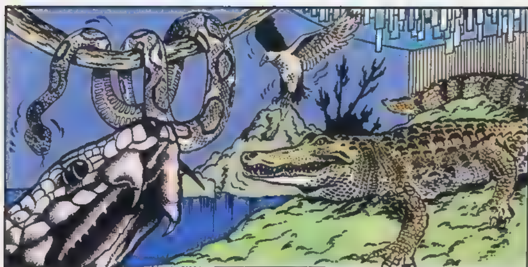

DAT DE DODEN WEER TOT LEVEN KOMEN! HAHA!


CAPELLA!


MAGELLAN? WAT IS ER... IK... BEN IK IN ZWIJM GEVALLEN?
KEN JE DE GESCHIEDENIS VAN DE VROUW VAN LOT DIE BIJ SODOM VERANDERD WERD IN EEN BEELD?


EN ZOIETS IS JOU OOK OVERKOMEN, LIEF KIND. MAAR JIJ KUNT HET NAVERTELLEN. MAAR NU...


OH! MAGELLAN!... DE...

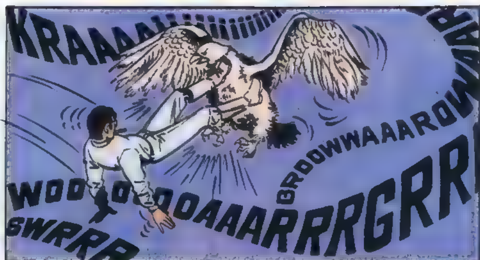


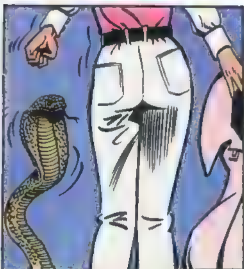

"DAT DE DODEN WEER TOT LEVEN KOMEN", DIE SMERIGE ADDER! HET WAS EEN VAL!
MAGELLAN, ZEG ME TOCH DAT IK DROOM... DAT ZE NIET LEVEN!


JAWEL, HET IS WAAR... ZE BEWEGEN... IK... IK RUIK ZE... IK VOEL HUN ADEM...
JA... ZE ZULLEN HET GEBRUIK VAN TAND-PASTA NOG WEL NIET KENNEN!


MAGELLAN!


HOP!






SNAK

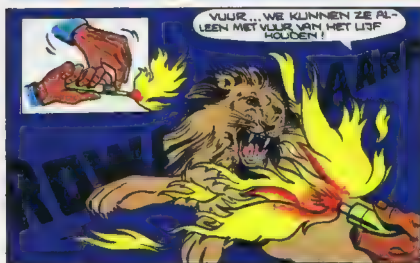

HET SPIJT ME, OUWE JONGEN!...




BRAVO, MAGELLAN!
GEEF LATER MAAR BLIJK VAN JE WAARDERING, NU EERST WEG WEZEN!

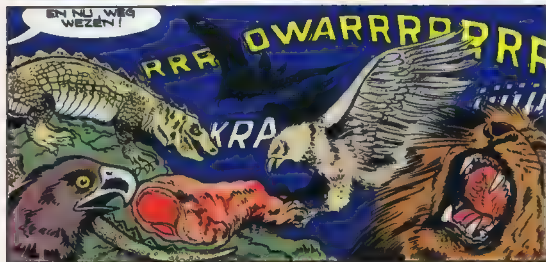

MAGELLAN, IK ZAG IETS BEWEGEN, DAAR...
WIE HET OOK IS, IK ZAL HEM EEN VERRASSING BEZORGEN MET MIJN AANSTEKER!




VUUR... WE KUNNEN ZE ALLEEN MET VUUR VAN HET LIJF HOUDEN!


DAT... BROK VLEES!
KKRRIIIII

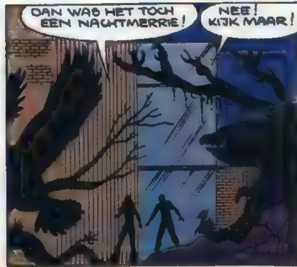

DAT KUNNEN WE GEBRUIKEN! DAARMEE ZULLEN ZE IN IEDER GEVAL EEN PAAR SECONDEN BEZIG ZIJN!
OARRR


EN NU, WEG WEZEN!
OWARRRRRRRR
RRR
KRA


HIJGEND RENNEN ZE NAAR BUITEN... EN NA ENKELE OGENBLIKKEN WORDT HET STIL... HET GELUID DAT DE DIEREN PRODUCEERDEN STERFT WEG, MEN ZOU GELOVEN...


WAS DIT EEN NACHTMERRIE?
DAT KUNNEN WE MAAR OP EEN MANIER NAGAAN, TERUGGAAN!


ALLES IS RUSTIG!

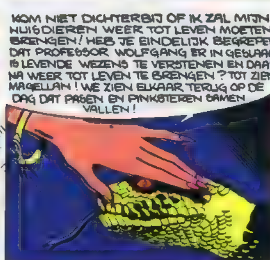

DAN WAS HET TOCH EEN NACHTMERRIE!
NEE! KIJK MAAR!





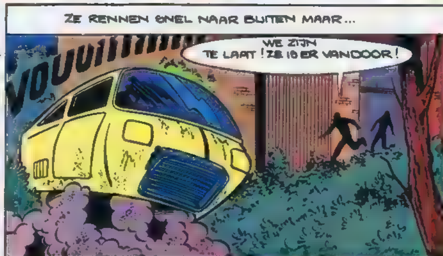






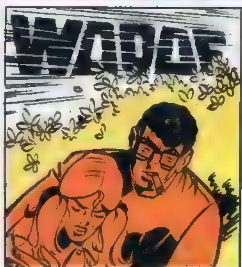












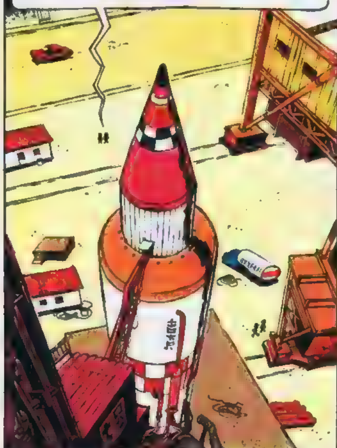


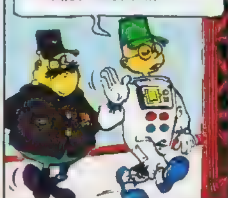
EINDE VAN HOOFDSTUK II

MAAR, DOKTER,
IK WORD HIER NOG
KNETTERGEK!

TAKA  TAKATA

JO-EL AZARA
VICQ





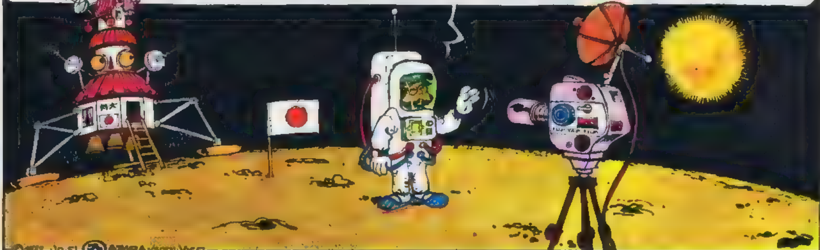






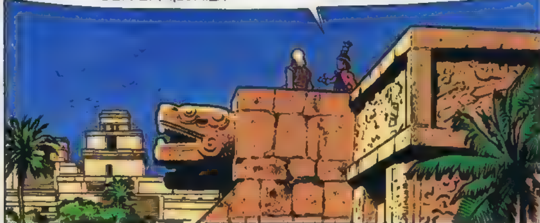


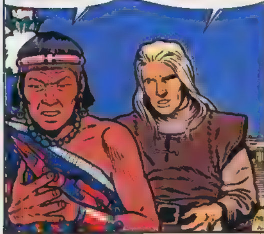
195



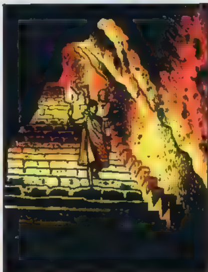


CORTEZ IN MEXICO





























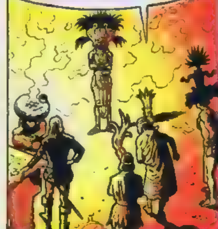






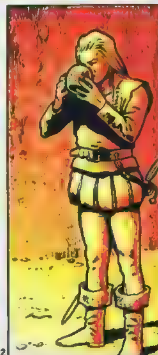












wordt vervolgd

BIC ORANJE 4,50F

BIC



...voor meisjes en jongens, die altijd "in" willen zijn!

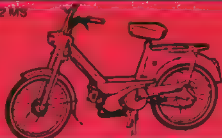
"nieuwe stijl"

Ja, eerlijk is eerlijk : 't is meer dan een fiets. Het is een PEUGEOT « NIEUWE STIJL »!

PEUGEOT : een volledig gamma toerismefietsen, semi-professionele en professionele fietsen.

PEUGEOT is even trots op haar bromfietsen. En terecht! Ze zijn een splinternieuw PEUGEOT artikel. En denk er aan. Het zijn méér dan gewone bromfietsen. Het zijn PEUGEOT bromfietsen!

Twee voorbeelden : de splinternieuwe 104 Caraïbisch blauw en de mini 102 MS met voor- en achtervering.

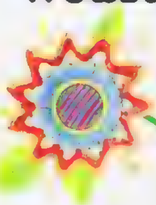


Invoerder : Etn. VANDERHULST - 1302 DION-VALMONT. (Agenten overal)

publiart

SLOEG

de grote lente wedstrijd





2.000.000 F
prijzen
voor 1.000 winnaars

OPGELET!

De bon onderaan de bladzijde is onmisbaar om deel te nemen aan de wedstrijd. Knip hem uit en voeg hem bij uw deelnemingsformulier.

Zie het reglement in dit nummer.

publiart / emad

BON



de grote lente wedstrijd

alleen geldig in Belgie.

BARELLI



BOB DE MOOR

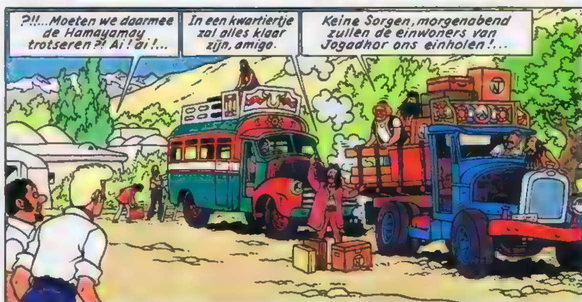




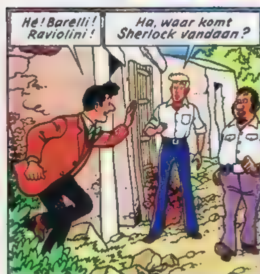








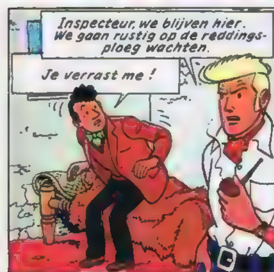


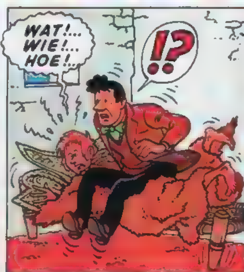






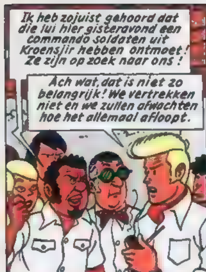








DE BOZE BOEDDHA











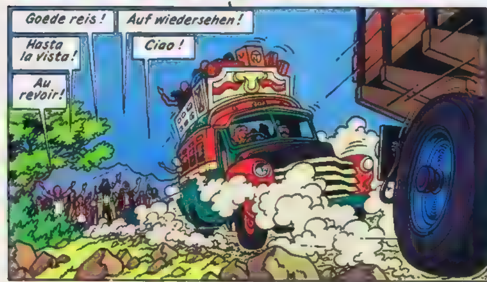




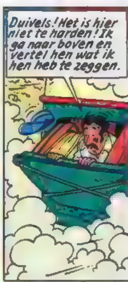


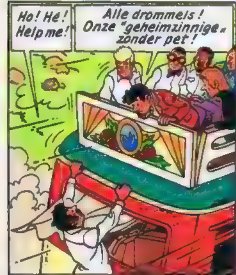




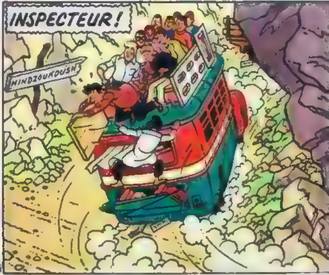












wordt vervolgd

2000 magazine

hygiëne of... luxe?



SCHOONHEIDSMIDDELEN

SCHOON



HYGIENE OF LUXE ?

Het is algemeen bekend dat vrouwen schoonheidsmiddelen gebruiken. Mannen krijgen vaak de kriebel als ze op hun vrouw, moeder of zuster moeten wachten die zich voor de spiegel staan op te dirken. Lippenstift, wenkbrauw-stift, oogglans, poeder enz. En soms neemt dat uren in beslag, vooral als er ook nog eens schoonheidsmaskers aan te pas komen. Vrouwen zijn uren kwijt bij de kapper tegen de man normaliter een half uurtje, dan zit het weer goed! Het vreemde is nu dat we het vandaag hebben over mannen die hetzelfde doen als vrouwen, nl. zich opdirken. Goed, we kunnen andere woorden daarvoor vinden maar waarom zou je de juiste termen moeten omzeilen ?

Als ik een paar voorbeelden naga dan zie ik o.a. dat de Franse president Pompidou een nieuw kapsel heeft sinds vorig jaar mei waardoor hij er jonger wil uitzien. Nu de president in hoogsteigen persoon dit deed is het te begrijpen dat de zogenaamde boulevardpers zich onmiddellijk op het thema wierp. Bij ons kennen we slechts weinige van dit soort bladen (er zijn er in Nederland en België eigenlijk maar 2 van naam) maar in Frankrijk (en ook Duitsland) zijn er tientallen kranten/bladen die zich alleen maar met dit soort onbenullige sensatie bezig houden.
Men ging eens kijken wat andere bekende mensen uitspookten. Zo ontdekte men dat de Franse zanger Enrico Macias een lotion gebruikt om kaalhoofdigheid tegen te gaan, dat Charles Aznavour en Yves Montand een masker gebruiken om rimpels glad te strijken; dat Sean Connery (alias James Bond) en Marlon Brando pruiken dragen enz.
Allemaal natuurlijk erg interessant, voor fans van de desbetreffende artiesten dan. En we hebben natuurlijk met personen te maken die in het publieke leven staan, mensen die dagelijks voor TV en fotolenzen moeten verschijnen en die terecht er goed willen uitzien. Maar meer nog, zeker bij jonge zangers (denk eens aan Johnny Hallyday, Chris Roberts, Peter Tetteroo en Roy Black) zien we vaak dat zij grote aandacht aan hun uiterlijk besteden. Maar dit hoeft echt niet te zijn omdat ze van die ijdeltuiten zijn maar omdat zij nu eenmaal een bepaald publiek, een bepaalde vooral vrouwelijke aanhang moeten blijven bekoren. Een teenager-idool moet nu eenmaal knap en aantrekkelijk zijn, hij moet de man zijn waarmee ieder meisje zou willen trouwen.
Zo liet zo'n jaar of 15 geleden teenageridool Paul Anka zijn neus recht zetten middels een operatie, een schoonheidsoperatie dus, uitsluitend om tegemoet te komen aan de wensen van zijn fans.
Maar goed, we kunnen dit van deze

HEIDSMIDDELEN



mensen begrijpen. Ze doen dit al vele jaren. Maar de laatste paar jaren zien we dat deze schoonheidsrage ook bij de «gewone» man overkomt. Steeds meer mannen gaan schoonheidsmiddelen gebruiken.
Let maar eens op de TV-reclame (en vooral zo tegen vaderdag). Je ziet momenteel net zo veel reclame voor schoonheidsmiddelen voor mannen als voor vrouwen. Speciale zeep voor mannen waarvan ze lekker ruiken; veel mannen dragen pruiken of haarstukjes; mannen laten zich ook al permanent in zetten bij de kapper; sauna's voor mannen; schoonheidssalons voor mannen; massage-instituten voor mannen, kortom er is een totale produktie ontstaan die zich bezighoudt met de «schoonheid» van de man!
De cijfers wijzen aan dat er jaarlijks een flinke stijging in de omzet van dit soort produkten te bespeuren valt. En er wordt al gesproken over een «vervrouwelijking» van onze maatschappij. De man is week geworden, voldoet niet meer aan het type van de «stoere» man, maar verweekt... Dit is overigens niet iets nieuws, o nee! In de geschiedenis weten we dat bij de Egyptenaren, bij de Grieken en Romeinen mannen heel wat aandacht aan hun lichaam schonken. Maar zeker bij de Grieken hebben we ook wel te maken met een totaal andere maatschappij. Belangrijkste basis waarop «schoonheid» berust is erotiek en nu is de vrouw «sexsymbool», maar bij de Grieken was de jongen dit nu juist. De man werd aanbeden om zijn schoonheid (Adonis!), als je Plato leest zie je hele gedichten opgedragen aan de schoonheid van de jongeling. Het is daarom in onze tijd niet te vergelijken, de man is juist geen Adonis meer. Waarom gaat die man van nu zich dan zo opmaken? Om er toch mooier uit te zien? Is het alleen maar de wil om «netjes» naar buiten te treden?
Sorry hoor, maar ik weet het antwoord ook niet.
Feit is dat er natuurlijk ook een aantal praktische produkten voor mannen op de markt zijn gekomen. Ik denk o.a. aan een deodorant voor mannen, aan aftershave. Maar ik vind dit nu niet bepaald schoonheidsmiddelen, het zijn praktische gebruiksmiddelen om fris te blijven, transpiratie tegen te gaan enz. Dit is een normale lichaamsverzorging, zoals ook zeep geen schoonheidsmiddel is maar een noodzakelijkheid en praktisch om aan de hygiënische verplichtingen te voldoen. Een man die een bad neemt of after-shave gebruikt valt hier dan ook niet onder.
Maar de omzetstijging bij de verschillende schoonheidssalons voor mannen is opzienbarend (en misschien wel verontrustend). Ik kan me in ieder geval, als man, dit allemaal maar moeilijk voorstellen en ik vraag me af of de natuurlijke verdeling hier niet een weinig dooreen gehaald wordt. «Opmaken» is nog altijd een vrouwelijke aangelegenheid, het is nooit een mannelijke geweest en zodra man- →

Inboorling uit Nieuw-Guinea India.



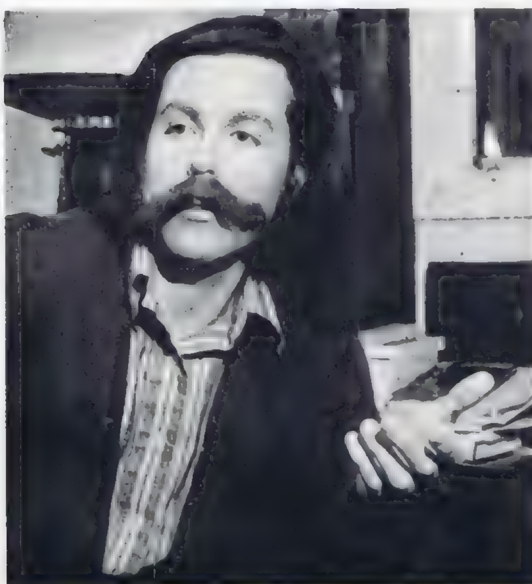




Hygiëne is een noodzaak soms ziet men die niet altijd in.



Charles Trenet (Franse zanger) een «verbeterde» glimlach.



Snorren, een kwestie van smaak deze jonge Amerikaan heet Guy Gillette.

nen dit toch deden, had men daar een aantal niet al te fijne uitdrukkingen voor waarvan het woord «fat» misschien nog wel de minst gemene is.

Ook in stripverhalen gebruikt men regelmatig dit soort figuren om de lezer hartelijk te laten lachen. Ook in klassieke werken (Beets bijv.) zien we een niet al te grote waardering voor mannen die zich opdirken.

Mannen die als vrouwen lopen of als vrouwen praten worden in de maling genomen. En misschien dat dat in

Hippies
bloemen en tatoeëringen
een reactie?



Frankrijk allemaal een beetje anders is, maar zeker in Nederland ziet men het allemaal nog niet.
En het is ook een feit dat in Nederland het...
Onlangs is zelfs gebleken dat er, alweer in Nederland, een reactie gekomen is die dit vrouwelijke element bij de man weer wil tegen gaan. Een groep Amsterdamse kappers zijn na een diepgaand onderzoek tot de conclusie gekomen, dat de man uiteindelijk toch een man wil zijn en zeker behoefte heeft aan bepaalde produkten om zich mee op te frissen (deodorant; after-shave), er ook wel verzorgd wil uitzien maar erop staat dat er een duidelijk verschil is tussen zijn behandeling en de behandeling die men de vrouw geeft.
En wat Pompidou in Frankrijk doet zal prins Bernhard in Nederland niet zo gemakkelijk doen, het slaat toch niet aan.

Zeker als je begrijpt dat er achter zo'n zet alleen maar hele slimme politieke beweegredenen zitten om toch vooral de vrouwelijke kiezers te beïnvloeden. Blijft de vraag over of de vrouwen nu werkelijk wel zo'n behoefte hebben aan een man die zich opdirkt als een vrouw?
In een TV-programma van de NOS in februari jl. werd een onderzoek gehouden bij de Nederlandse vrouw, algemene reactie: de vrouw wil een mannelijke man en is nu niet bepaald zo dol op een vervrouwelijking van de man.
En ik dacht dat dit de meest gezonde norm is in onze samenleving.

REACTIE?

We hebben het nu wel gehad over mannen die zich tot in de puntjes laten verzorgen maar slechts een gering deel van onze mannelijke bevolking doet hier aan mee. Actie lokt vaak reactie uit; agressie agressie. Het betekent dat er eenvoudigweg twee uitersten tegenover elkaar komen te staan. En tussen die twee uitersten zit dan de grote massa van mannen die zich met al dit soort gevallen niet inlaten. Die er gewoon netjes maar normaal willen uitzien, hygiënisch maar niet als een of andere schoonheidsmaniak.
Tegenover de schoonheidsmaniak staat de groep die afziet van iedere vorm van lichamelijke behandeling. Vaak zelfs van de meest elementaire hygiënische handelingen nog niet eens verrichten.
Je vindt ze bijna alleen onder de jongeren, ze lopen in open shirts, dragen strakke spijkerbroeken, liefst zo versleten mogelijk, lange loswapperende haren, snorren en baarden. Ze gebruiken drugs, verpesten hun eigen lichaam en leven en klagen dan over onze slechte samenleving...
Misschien zul je zeggen, is dit nu echt wel een reactie op de schoonheidsmanie? Een definitief antwoord valt niet te geven maar als je bedenkt dat de Beatles de lange haarmode erin brachten maar er zeer netjes bleven uitzien, dan weet je ook dat pas de laatste jaren deze verwaarlozing van het uiterlijk is ontstaan.
The Beatles zijn ook eerst na verschillende jaren van uiterlijk veranderd. Lang haar, we hebben het in een vorig dossier als eens gezegd, hoort niet bij een bepaald type jongen, noch bij een verwaarloosd type, noch bij een schoonheidsjager. Op het moment dat onze produktiemaatschappij over ging tot het bewerken van de mannen met allerlei schoonheidsmiddelen op dat moment eerst kwam de grote overgang bij bepaalde jongerengroepen. Kwaaltjes die men sedert lang niet meer kenden (door de goede hygiënische toestanden) kwamen ineens weer voor (schurft). En dan is toch wel een beetje voor de hand liggend dat dit een reactie is op de fat. En de bewondering van de rijpere vrouw voor de «gedistingeerd» uitziende man loopt parallel met de bewondering van een groot aantal jonge meisjes voor artiesten die er zo rot mogelijk uitzien.
De uiterst verfijnde taal van de fat ging over in een plat taaltje met de meest vulgaire uitdrukkingen doorspekt. Wilde de eerste «bepaalde» thema's en uitdrukkingen omzeilen, de tweede groep ging dezelfde thema's niet bij de juiste naam noemen maar gebruiken alleen maar platte, smerige uitdrukkingen.
Eens te meer het bewijs dat extremisme altijd het tegenovergestelde extremisme zal uitlokken. Gelukkig maar, dat die extremisten samen toch maar een kleine minderheid vormen die onze samenleving toch niet naar de knoppen kan helpen. Maar gelukkig hoeven we over zo'n situatie niet te zijn.
En dan zou ik me haast willen aansluiten bij die groep mensen die zeggen: «Doe normaal dan doe je al gek genoeg». Laten we inderdaad maar zo normaal mogelijk doen, dan lokken we ook de minste aversie uit.

EINDE

TON en TINNEKE

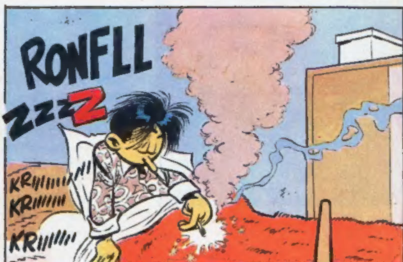


MITTEÏ
GODARD



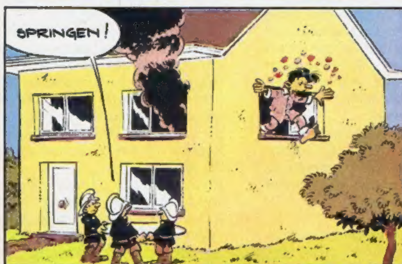














Spaar de
KUIFJE'S BON
die je gratis
al deze GESCHENKEN geeft

DE AARDRIJKSKUNDE IN KLEURENFOTO'S
België (1 en 2) : 17 reeksen - **Europa** (1 tot 4) : 40 reeksen - **Amerika** (1 en 2) : 20 reeksen - **De Ruimte** : 9 reeksen - **Canada** : 10 reeksen - **Latijns Amerika** (1 en 2) : 20 reeksen - **Afrika** (1 en 2) : 20 reeksen - **Azië** (1, 2 en 3) : 30 reeksen - **Azië** (4) in voorbereiding.
Per reeks van 10 kleurenfoto's : **50 punten.**

DE GESCHIEDENIS VAN DE WERELD (III)
50 punten per reeks. 11 reeksen van 15 chromo's.

DE 100 WERELDWONDEREN
10 reeksen - Per reeks van 10 chromo's : **50 punten.**

Album « **ONZE VRIENDJES DE MARIONETTEN** »
9 reeksen - Per reeks : **50 punten.**

DE MEESTERWERKEN VAN DE SCHILDERKUNST
18 mappen - Per map van 5 reproducties, formaat 21 x 27 cm : **200 punten.**

NUTTIGE GESCHENKEN
Mini-platen : **100 punten** per plaat (6).
Album om te kleuren : **100 punten** -
KUIFJE'S portefeuille : **200 punten** -
Mascotte Bobbie (in vynil) : **300 punten** -
Puzzels : **300 punten** per puzzel - KUIFJE op de Maan - Vlucht 714 - De Juwelen van Bianca 2 - Pinocchio in de Ruimte 1, 2 of 3 - « Le Manège Enchanté » - « Astérix » 1 of 2 - De Zonnetempel 1 of 2.
Afdrukplaatjes : De Zonnetempel :
50 punten voor de twee onderwerpen

ALBUMS
Geschiedenis : **36 F** per deel.
De 100 Wereldwonderen : **36 F** per deel.
Onze vriendjes de Marionetten : **39 F** per deel.
Aardrijkskunde : **50 F** per deel.
De albums Amerika 1 en 2 alsook De Ruimte, Canada, Latijns Amerika 1 en 2, Afrika 1 en 2 en Azië 1, 2 en 3 zijn verkrijgbaar in luxe-uitgave : **65 F** per deel.
De Meesterwerken van de Schilderkunst, delen 1, 2 en 3 : **60 F** per deel.
N.B. **DE GESCHIEDENIS VAN DE WERELD** delen 1 en 2 zijn volledig uitgeput en zullen niet meer herdrukt worden.

RUILEN VAN DE PUNTEN
Stuur je punten naar de KUIFJE'S BON, P.H. Spaaklaan 1 tot 11, 1070 Brussel, of ruil ze in de KUIFJE'S WINKEL (zelfde adres) of in een warenhuis A L'INNOVATION.

AANKOOP VAN DE ALBUMS
Koop je albums bij dezelfde adressen, bij je BOEKHANDELAAR of door storting van het bepaalde bedrag op P.C.R. 2005.28 van KUIFJE-BRUSSEL.
N.B. Er worden geen verzendingen gedaan tegen terugbetaling.

OP AL DEZE KWALITEITSPRODUKTEN STAAT DE KUIFJE'S BON :



PAREIN CHOCO AS biscuits
Beschuiten en geroosterd brood **PAQUOT**
Koffie **CLE D'OR**
Chocolade en Sugus **SUCHARD**
SUCHARD Express
DE LOMBARD UITGAVEN
Weekbladen **KUIFJE** en **ONS VOLKSKE**
Deegwaren **TOSELLI**
Waspoeder **SOLEIL**
Toiletzeep **SUNLIGHT** Super

EEN PEPERKORRELTJE UIT DE TIBETTON

OMAR SHARIF

Omar Sharif is de grote charmeur. Vele vrouwenharten kloppen sneller als ze deze in Egypte geboren acteur op het witte doek zien. Dokter Jivago en Lawrence of Arabia maakten hem bekend. Maar al jaren speelt hij nu hoofdrollen in zowel Amerikaanse, Engelse als Franse films. Hij speelt met dezelfde charme voor een zachte minnende kolonel (met Peter O'Toole in «De nacht van de Generaals») als voor een (sympathiek overkomende) outlaw in een Western als «McKenna's Gold» met Gregory Peck. Zijn meest recente rol is die met Jean-Paul Belmondo samen een film die inmiddels met veel succes ook bij ons is uitgebracht.



TIBETTON

OMAR SHARIF